

«ИЗУЧЕНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА»

Б1.В.ОД.7

Дисциплина «Изучение и прогнозирование спроса» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Коммерция» квалификации бакалавр, входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины – приобретение студентами необходимой квалификации - знаний, умений и навыков для проведения конъюнктурного анализа рынка в части анализа спроса на потребительском рынке, а также смежных категорий, процессов и явлений.

Полученные результаты рассматриваются как основа для разработки службой маркетинга предприятия управляющих воздействий, включая разработку стратегий маркетинга и планирование комплекса маркетинга при выходе предприятия на рынок, расширении и стабилизации участия предприятия на рынке.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение определения спроса как рыночной категории, как статического показателя и как характеристики поведения потребителей, знание множества разновидностей спроса;
- изучение возможностей применения теории анализа спроса в маркетинге;
- изучение факторов, процессов и явлений формирования и прогнозирования спроса;
- изучение методов и моделей анализа состояния и развития спроса;
- формирование цельной картины взаимосвязи рыночных дисциплин – экономической теории, конъюнктурного анализа, статистики рынка товаров и услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Изучение и прогнозирование спроса» (Б1.В.ОД.14) относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока 1.

При освоении данной дисциплины необходимы знания, приобретенные студентами в результате изучения дисциплин: «Математика», «Экономическая теория», «Информатика».

Знания, полученные при освоении дисциплины «Изучение и прогнозирование спроса» в дальнейшем используются при изучении дисциплин «Маркетинговые исследования», «Статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности», «Математические методы в маркетинге».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Изучение и прогнозирование спроса»,

соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.03.06 «Торговое дело» (профиль Коммерция).

Процесс изучения дисциплины «Изучение и прогнозирование спроса» направлен на формирование следующих компетенций:

а) профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-10 – способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины «Изучение и прогнозирование спроса» обучающийся должен:

• **знать:**

- содержание категории спроса, а также смежные категории, предшествующие и последующие спросу в процессе его формирования;

- виды спроса, характеризующие поведение потребителей, а также знать стратегии регулирования спроса;

- методы изучения и моделирования тенденции и сезонности спроса;

- методы корреляционно-регрессионного анализа для изучения спроса;

- модель спроса-предложения и ее модификации;

• **уметь:**

- применять методы и модели анализа и прогнозирования спроса, товарооборота, потребления, емкости рынка;

- рассчитывать статистические показатели, включая спрос, потребление, товарооборот, емкость и размер рынка, темпы роста и прироста;

- проводить анализ объема спроса, основанный на регрессионных моделях и анализе временных рядов;

- проводить анализ тенденции и сезонности спроса;

- применять Excel для решения задач изучения и прогнозирования спроса;

• **владеть:**

- навыками расчета статистических показателей, включая спрос, потребление, товарооборот, емкость и размер рынка, темпы роста и прироста;

- навыками моделирования тенденции и сезонности спроса;

- навыками проведения регрессионного анализа для изучения спроса;

- навыками применения пакетов прикладных программ для изучения спроса.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.